

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dimasa sekarang ini ketika jaman sudah maju dan perekonomian Indonesia sudah semakin baik, Persaingan dalam dunia pemasaran semakin ketat dengan berbagai macam produk yang ditawarkan di pasar yang memiliki kualitas dan inovasi yang beragam. Perusahaan juga memiliki daya saing yang tinggi, perusahaan dituntut untuk tetap eksis agar dapat bertahan dalam bisnisnya tersebut, maka perusahaan melakukan cara seperti melakukan berbagai inovasi baru dan mengembangkan perusahaan untuk memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat citra merek dalam menghadapi persaingan. Inovasi harus terus dilakukan oleh perusahaan dikarenakan selera konsumen selalu berubah-ubah dan selalu berkembang mengikuti trend yang ada. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian (Sudar, 2011).

Memahami perilaku konsumen bisa dilakukan dengan cara meneliti atau menganalisis perilaku konsumen di masyarakat,hal ini akan dapat membantu manajer perusahaan dalam menyusun bauran pemasaran, segmentasi, diferensiasi dan product positioning serta menyediakan dasar analisis lingkungan.

Salah satu bisnis yang banyak berterbaran di Indonesia saat ini adalah bisnis pakaian atau fashion. Hal ini bisa dijelaskan karena pakaian adalah salah satu dari 3 kebutuhan wajib (Sandang, Pangan, Papan) yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Semakin banyaknya produk pakaian yang bermunculan maka semakin banyak pilihan bagi konsumen terhadap produk pakaian, namun hal itu berarti juga ancaman bagi produsen pakaian yang sudah terlebih dahulu mengembangkan bisnis fashion, dengan semakin banyak merek baru muncul maka persaingan akan semakin kuat. Maka dari itu keterampilan, kreativitas dan inovasi dari produsen sangat diperlukan dalam kondisi seperti ini. Melihat kondisi di masa sekarang ini bahwa pakaian bukanlah hanya sekedar difungsikan untuk menutup tubuh atau melindungi tubuh dari panas dan hujan melainkan sudah menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensi diri, karena pada saat ini merek bisa menjadi alasan bagi seseorang untuk memilih produk pakaian, karena dengan memakai pakaian dengan merek yang memiliki citra yang baik di masyarakat maka akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi pemakai dan dapat meningkatkan kepercayaan dirinya.

Hermawan (Kertajaya,2003) berpendapat bahwa beberapa produk dengan kualitas, model serta fitur yang hampir sama mempunyai perbedaan persepsi dibenak konsumen. Perbedaan persepsi tersebut terletak pada atribut produk. Kekuatan merek terletak pada kemampuan dalam memikat konsumen untuk membeli produk yang diinginkannya. Hal tersebut secara tidak langsung melibatkan presties, harapan, serta keyakinan para konsumen.

Dengan semakin banyaknya merek yang bermunculan maka Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk-produk pakaian atau fashion dengan kelebihan dan kelemahan masing-masing dan juga variasi harga yang beragam, apalagi saat ini konsumen sangat pintar, cermat dan hati-hati dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Selain merek, para konsumen pun juga selalu mempertimbangkan faktor harga sebelum mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk. Harga merupakan salah satu faktor terpenting yang harus diputuskan oleh perusahaan sebelum menyebarluaskan produknya ke konsumen. Dalam menentukan harga perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor, mulai dari biaya bahan baku, biaya produksi ataupun kualitas dari produk. Karena harga dan kualitas produk ini adalah dua hal yang harus selalu berhubungan, semakin baik kualitas produk maka harga semakin tinggi. Hal tersebut lah yang harus diperhatikan oleh perusahaan, jika ingin mematok harga tinggi maka perusahaan harus membuat produk yang berkualitas tinggi, karena saat ini konsumen sudah cukup cerdas dalam membedakan kualitas produk. Jangan sampai karena harga dan kualitas produk yang tidak sesuai konsumen akan pergi dan beralih ke merek lain. Tentu saja ini akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kini kualitas produk merupakan faktor yang juga penting untuk konsumen. Apalagi berbicara mengenai produk pakaian, tentu saja kualitas sudah menjadi barang tentu yang pastinya diperhatikan oleh konsumen, banyak indikator atau ukuran tentang pakaian berkualitas antara lain seperti

nyaman dipakai, kain yang halus, tebal ataupun tidak mudah robek. Karena pakaian merupakan barang yang menempel di tubuh selama seharian maka kenyamanan sangat dibutuhkan oleh pemakai. Maka dari itulah mengapa kualitas produk sangatlah penting diperhatikan oleh perusahaan dalam memproduksi produknya, dalam hal ini adalah produk pakaian. Berlatar belakang penjelasan di ataslah mengapa peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Berbicara mengenai pakaian atau fashion, Salah satu merek fashion yang saat ini sudah cukup ternama dan sudah menjadi idola bagi anak muda adalah Rown Division yang toko pusatnya beralamat di daerah Manahan Solo. Bisa dibayangkan saat ini Rown Division adalah merek fashion distro terbesar di Solo karena kini penjualannya sudah mencapai berbagai kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya hingga Samarinda dan Makassar. Bahkan produk Rown Division ini sudah diekspor ke luar negeri seperti Malaysia dan Singapura. Saat ini sendiri Rown Division bisa juga disebut merek fashion anak muda masa kini karena banyak yang bilang dengan memakai produk dari Rown Division maka akan terlihat lebih gaul, keren dan kekinian. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya ditemui anak-anak muda, seperti mahasiswa-mahasiswa yang pergi ke kampus dengan mengenakan baju bermerek Rown Division ataupun anak-anak sekolah SMA yang berangkat menuju ke sekolah dengan mengenakan jaket Rown Division sehingga terlihat lebih keren. Selain itu di mall, cafe, dan tempat nongkrong

anak muda lainnya banyak sekali ditemui mereka-mereka yang mengenakan produk Fashion dari Rown Division mulai dari Topi, Kaos, Tshirt, jaket ataupun celana. Hal ini cukup dapat didasari sebagai bukti bahwa nama Rown Division ini sudah melekat di pemikiran anak-anak muda dan menjadi merek Fashion andalan anak-anak muda khususnya di kota Solo.

Saat ini Rown Division sudah memproduksi berbagai kebutuhan fashion dari anggota tubuh paling atas hingga paling bawah. Produk yang diproduksi Rown Division saat ini antara lain :

1. Kaos (oblong, wangki, polo, raglan, longsleeve, sleeve, v-neck)
2. Shirt (longshirt, shirt, dress, female shirt)
3. Celana (boxer, hotpant, shortpant)
4. Jaket (sweatshirt, headcup, blaser , cardigan etc)
5. Sandal
6. Sabuk (vynil, cotton)
7. Tas(bagpack, handbag, shoulderbag, minibag, travel bag)
8. Merchandise (dompet, gelang, pin, topi) .

Awalnya Rown Division memang diperuntukkan untuk para anak-anak muda, namun kini produk Rown division juga diminati oleh orang-orang dewasa karena desain dan kualitasnya yang bagus. selain yang disebutkan diatas Rown Division target pasarnya juga menyasar pada berbagai komunitas-komunitas,

namun umumnya komunitas band atau musik dan juga komunitas olahraga skateboard.

Untuk semakin memperkenalkan produknya Rown juga sangat rajin sekali dalam memberikan Sponsor-sponsor dalam berbagai acara besar di kota solo ataupun kota-kota lainnya. Selain menjadi sponsor di berbagai event, untuk lebih memperkenalkan produknya, Rown Division juga memasang iklan di berbagai media cetak (Flyer, MMT, Majalah), Jejaring Sosial (Facebook, Twitter, Instagram) dan juga media elektronik (Radio).

Semakin berkembangnya bisnis fashion dari Rown division membuat produk-produk lain bermunculan di kota Solo. Maka dari itu Rown Division tentunya akan mendapat tantangan baru dengan munculnya produk pesaing, maka yang harus dilakukan rown division adalah terus berupaya menjaga citra merek mereka serta menjaga kualitas produknya sehingga para penggemarnya tidak meninggalkan Rown Division dan beralih ke merek lain. Mengingat konsumen saat ini sudah cerdas dalam memilih barang yang ingin dibeli, dengan mempertimbangkan kualitas serta membandingkan dengan harganya.

Dengan semakin tingginya persaingan bisnis fashion distro, membuat semakin menarik untuk dilakukan sebuah penelitian, Berkaca dari fakta-fakta yang telah dijelaskan dalam Latar Belakang maka disini peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang produk rown division dari sisi pemasaran, dengan judul **”Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap pembelian produk Rown Division Di Manahan Surakarta.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division ?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division ?
4. Apakah Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dibahas di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Rown Division.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi pembaca, atupun pencari informasi (Mahasiswa, Pelajar, Dosen) tentang pengetahuan mengenai pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Rown Division.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak (perusahaan, pembisnis pemula, masyarakat luas) sebagai evaluasi peningkatan citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. dan juga mengetahui bagaimana pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3. Manfaat Penelitian Lanjutan

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti lain untuk dijadikan sebagai pembanding serta bahan mencari informasi khususnya untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama.

E. Sistematikan Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab ini memuat tentang penjelasan dan penjabaran tentang Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian serta penelitian Terdahulu dan juga Hipotesis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai Desain Penelitian, Populasi dan Sampel, Data dan sumber data, Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel dan Teknik Analisis Data.

BAB 4 : PEMBAHASAN

Di dalam bab ini memuat tentang jawaban dari rumusan masalah pada Bab 1, dan dibahas dengan acuan teknik analisis data pada bab III.

BAB 5 :PENUTUP

Di dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran-saran yang dikemukakan sebagai hasil analisis dari uraian-uraian pada bab sebelumnya yang merupakan hasil penelitian

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN